

## 「京の稲作と農地を守るアクションプラン

～米政策改革(H30)を見据え、マーケットやニーズを起点とした新たな戦略～」

### 第4回検討会議 議事概要(要約版)

1 日 時 平成28年11月9日(水) 13:00～14:40

2 場 所 京都ガーデンパレス 2階「鞍馬」

#### 1. 議事

##### (1) 最終案について

- ビッグデータに関する項目は、農業者の視点で「誰に対してどのような支援を行うのか」が分かりにくい。
- 新聞記事に、お米の購入要因として1番は価格、2番が産地、3番が品種、4番が食味と書かれていた。食味だけでなく価格も大切。  
消費者の50%以上がスーパーでお米を購入しており、「消費者がお米をどこで購入しているか」を考慮した対策も考えないといけない。
- 地域と府との一体感を作り上げて地域の生産者の気持ちを固めることがブランディングにつながる。
- 小さな生産組合では色彩選別機は入れられない。どこかに拠点を設け、持ち込めば色彩選別機が使えるようになれば、販路開拓にもつながる。
- 「酒造業界以外の～」の部分を「酒造業界を含む～」というように変更して欲しい。  
→酒造業界を「含む」表現へ修正する。
- 総合検索サイトについては、消費者のニーズやデータをつかむため、販売するためのプラットフォームを先に府が作り、その取引データからニーズ情報を集めてはどうか。好きなお米を選んでブレンド米を作ることができるサイトがあってもいい。
- 消費量を増やすために「京の米の取扱量が多い事業所」を認証しても良い。  
→認証制度についても、作る側の認証だけでなく消費を動かす仕組みの両輪を考えたい。
- 「米経営の複合化」が明記されている。重要だと思っている。
- 「京の輝き」の商品化を早急にお願いしたい。
- 米生産数量目標に対して作付が下回っている。生産力の向上が重要である。
- 京都府で作った米を京都府内で消費する「府産府消」の運動を行っていきたい。
- 酒造用として重要な加工用米制度の継続をお願いしたい。「良食味」だけでなく、「加工適性」の良いものを作る、という文言を入れて欲しい。  
→修正する。
- 「京の米」の品質検査基準を設け、個々で販売する生産者もこの品質検査を受けられるようにして欲しい。
- 今回の検討会のような議論の場ができれば良いと思う。
- 全国のコンテスト入賞米と京の米がどう違うかを分析して、まねをするのも良いのでは。  
消費者から選ばれる米になる必要がある。販路がないと、いくら美味しくてもダブつ

くことになる。

- 「付加価値」として特に「おいしさ」に注目している。「農業・水田の持つ多面的機能」が出てこないのが残念。「お米」が出てこず、消費者の視点から離れている気がする。
- ブランド化のためは、消費者が選んでくれてこそ。
- 消費者視点や多面的機能について、注釈という形でも良いと思うので、プランに盛り込んでいただきたい。
- コンテストに何回も入賞した人を「米の匠」として認証し、収量が多い人を「多収の匠」として認証するなど。

### 【小括】

- パブリックコメントの意見提出数がとても多かった。テーマに対する関心の高さと危機感の強さととらえている。
- マーケットニーズを起点として考えたため、実り多いものになった。
- 事務局で再度チェックをしてプランを仕上げる必要がある。
  - 1 ソフト面への言及が少なかった。
  - 2 行政の役割について
    - (1) 行政と地域の一体感を如何に作っていくか。
    - (2) 行政はプラットフォームを作る。ブースターの行政が動き、民間にまかせた方が良い。区別をはっきりとさせた方が良い。
  - 3 ビッグデータ活用  
アナログになってこそ使える形。具体的な言及が必要。
  - 4 「食品産業」としての一体感を醸成する気配りが欲しい。
  - 5 中期・長期の戦略を盛り込んで欲しい。